

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Suatu komoditi dinyatakan sebagai produk apabila ia berada di tempat pada saat dibutuhkan oleh konsumen. Untuk itu perusahaan melakukan fungsi distribusi agar produk menjadi wujud yang sebenarnya. Banyak perusahaan yang tidak dapat mencapai target pasar disebabkan karena tidak mampu mengelola dengan baik saluran distribusi. Keputusan mengenai saluran pemasaran yang dipilih perusahaan akan sangat mempengaruhi keputusan pemasaran lain. Misalnya, jumlah wiraniaga yang dipakai, alat transport yang digunakan, jumlah gudang yang digunakan dan sebagainya (Nurani dan Wuryanto, 2014).

Pada pengertian disebutkan agen hanya bertugas sebagai penghubung/perantara. Dari agen tersebut akan disalurkan kepada sub agen- sub agen. Misal, sub agen pada PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk, area pemasaran Kabupaten Blitar, sebagai pengecer produk makanan ternak jenis unggas tersebut menggunakan sub-sub agen, sehingga peranan sub agen disini sebagai pengecer (Nurani dan Wuryanto, 2014).

Pada penelitian “Pola Distribusi dan Pemasaran Ubi Kayu di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek”, peneliti tidak hanya melakukan analisis pemasaran untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran dan analisis peta distribusi ubi kayu berdasarkan wilayah. Namun peneliti juga menganalisis peta distribusi ubi kayu berdasarkan segmen pasar, yang belum pernah dilakukan pada penelitian terdahulu, sehingga diketahui segmen pasar ubi kayu dari kecamatan panggul adalah industri, *home industry*, dan rumah tangga. Volume pemasaran ubi

kayu terbesar yaitu ke segmen pasar industri sedangkan yang paling sedikit dipasarkan ke segmen pasar home industri. (Lestari, 2008).

Hasil penelitian Restanti (2003), berjudul “Analisis Pemasaran Cabai Jamu” dengan studi kasus di Desa Pekandangan Sangra, Kecamatan Bluto, Kabupaten Sumenep terdapat tiga saluran pemasaran, yaitu:

- a. Saluran pemasaran I : petani- pengumpul- gudang.
- b. Saluran pemasaran II : petani- tengkulak- pengumpul- gudang.
- c. Saluran pemasaran III : petani- tengkulak- pengumpul- pabrik sido muncul.

Pemasaran cabai jamu di daerah penelitian tersebut belum efisien meskipun margin saluran pemasaran pertama kecil dan share diterima petani besar.

2.2 Obat Ternak

Obat adalah bahan atau paduan bahan, termasuk produk biologis yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penetapan diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, dan kontrasepsi, untuk manusia (Supardi, 2012).

Obat merupakan zat yang digunakan untuk pencegahan dan penyembuhan penyakit serta pemulihan dan peningkatan kesehatan penggunanya. Setiap obat punya efek yang baik, namun juga mempunyai efek samping yang merugikan jika digunakan tidak sesuai dosis. Indikasi adalah khasiat atau kegunaan dari suatu obat. Pastikan indikasi obat yang tercantum pada kemasan sesuai dengan gejala penyakit yang dialami. Efek samping adalah efek yang tidak diinginkan mungkin terjadi setelah minum obat, pada takaran lazim misalnya dapat menyebabkan kantuk, mual, gangguan dalam saluran cerna (Badan POM RI, 2015).

Penggunaan antibiotik pada industri peternakan umumnya bertujuan untuk pengobatan ternak sehingga mengurangi resiko kematian dan mengembalikan kondisi ternak menjadi sehat. Pada industri peternakan, pemberian antibiotika juga digunakan sebagai imbuhan pakan (*feed additive*) untuk memacu pertumbuhan (*growth promoter*), meningkatkan produksi, dan meningkatkan efisiensi penggunaan pakan. Pada penggunaan obat- obatan, antibiotika, *feed additive* ataupun hormone pemacu pertumbuhan hewan yang tidak sesuai anjuran dan tidak sesuai dengan dosis yang ditetapkan dapat menyebabkan residu pada produk ternak yang dihasilkan (Bahri dkk, 2005).

Jenis antibiotika yang paling sering ditemukan pada produk ternak khususnya daging adalah antibiotik dari jenis tetrasiklin (termasuk khlorotetrasiklin dan oksitetrasiklin). Dalam bidang peternakan antibiotik ini digunakan untuk pengobatan penyakit pernafasan dan jika dosisnya rendah dapat digunakan sebagai pemacu pertumbuhan (Reig & Toldra, 2008).

Pemakaian antibiotik sebagai obat atau sebagai imbuhan pakan dapat meningkatkan produktivitas ternak, sehingga menghasilkan keuntungan bagi peternak. Namun, pemakaian antibiotika yang tidak sesuai prosedur dapat menyebabkan residu pada jaringan- jaringan hewan atau organ hewan. Secara umum dampak negatif residu antibiotika pada produk hewan adalah dampak kesehatan (bahaya toksikologik, mikrobiologik dan imunopatologi) dan dampak ekonomi (Etikaningrum & Iwantoro, 2017).

2.3 Jamu Ternak

Secara lebih detail, definisi jamu atau obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun-temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman. Sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, obat tradisional dilarang menggunakan bahan kimia hasil isolasi atau sintetik berkhasiat obat yang sering disebut dengan bahan kimia obat (BKO) (Yuliarti, 2010).

BKO dalam obat tradisional inilah yang menjadi titik penjualan bagi produsen. Hal ini kemungkinan disebabkan kurangnya pengetahuan produsen akan bahaya mengkonsumsi bahan kimia obat secara tidak terkontrol, baik dosis maupun cara penggunaannya atau bahkan semata-mata demi meningkatkan penjualan karena konsumen menyukai produk obat tradisional yang bereaksi cepat pada tubuh (Yuliarti, 2010).

Jamu merupakan obat tradisional Indonesia yang digunakan sebagai bagian dari upaya menjaga kesehatan, menambah kebugaran, dan merawat kecantikan. Jamu mempunyai peluang besar di Indonesia karena Indonesia merupakan pusat terbesar keanekaragaman hayati terbesar kedua setelah Brazil. Adanya potensi yang dimiliki tersebut, Indonesia mempunyai prospek untuk pengembangan jamu bagi kepentingan kesehatan dengan sasaran pasar dalam negeri maupun internasional. Industri jamu telah masuk ke dalam 10 produk prospektif yang perlu dikembangkan karena memiliki potensi pasar menjanjikan di pasar lokal maupun global (KEMENDAG, 2014).

Pengertian jamu menurut Permenkes No.003/Menkes/Per/1/2010 adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa tumbuhan, hewan, mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun menurun telah digunakan untuk pengobatan, dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat. Jamu banyak dikonsumsi masyarakat karena dipercaya memberikan andil yang cukup besar terhadap kesehatan baik untuk pencegahan dan pengobatan terhadap suatu penyakit maupun dalam hal menjaga kebugaran kecantikan, dan meningkatkan stamina tubuh (Biofarmaka IPB, 2013).

Jamu adalah obat tradisional yang disediakan secara tradisional, misalnya dalam bentuk serbuk seduhan, pil, dan cairan yang berisi seluruh bahan tanaman yang menjadi penyusun jamu tersebut serta digunakan secara tradisional. Jamu yang telah digunakan secara turun-menurun selama berpuluh-puluh tahun bahkan mungkin ratusan tahun, telah membuktikan keamanan dan manfaat secara langsung untuk tujuan kesehatan tertentu (Badan POM RI, 2015).

Jamu telah populer meskipun berada di tengah-tengah teknologi pengobatan yang semakin modern. *Back to nature* telah menyadarkan masyarakat akan pentingnya penggunaan bahan alami (obat tradisional) terhadap segala aktivitas kehidupan terutama yang menyangkut tentang kesehatan. Kebanyakan orang telah mengerti bahwa penggunaan obat tradisional mudah diperoleh dengan harga yang murah juga memberikan sedikit efek samping terhadap kesehatan (Handayani, 2008).

Bahan ramuan tanaman obat (empon-empon) dibuat sesuai kepentingan dan fungsinya yang bisa dipilih dari satu jenis atau beberapa jenis tanaman obat antara

lain kunyit, lengkuas, jahe, temulawak, kencur, dan lainnya dibuat menjadi ramuan yang biasa disebut “Jamu Hewan”. Respon ternak terhadap jamu hewan, dapat meningkatkan nafsu makan, ternak menjadi lebih sehat, tidak mudah diserang penyakit, pertumbuhan optimal dan kandang tidak menimbulkan bau (*ammonia*) yang menyengat (Zainuddin, 2006).

Obat tradisional adalah obat yang terbuat dari bahan alami terutama tumbuhan dan merupakan warisan budaya bangsa dan telah digunakan turun temurun secara empirik. Ramuan tanaman obat (jamu) selain untuk konsumsi manusia dapat digunakan untuk kesehatan ternak. Beberapa waktu terakhir terjadi wabah penyakit pada ternak unggas yaitu “flu burung” yang memusnahkan ternak unggas ras maupun unggas lokal, sehingga sangat merugikan para peternak (Zainuddin, 2006).

Tanaman herbal adalah pemacu pertumbuhan alamiah dan aman untuk dikonsumsi manusia karena tidak meninggalkan residu pada produk ternak. Semakin sedikit penggunaan antibiotik dalam budidaya ternak maka makin sedikit residu yang didapatkan pada produk ternak tersebut. Penggunaan tanaman herbal juga lebih murah sehingga dapat menekan biaya pakan (Yulianti, 2014).

Tanaman obat lainnya seperti mengkudu, sambiloto, lidah buaya, temu ireng, bawang putih, meniran, daun sirih dan lain sebagainya juga telah digunakan sebagai “*feed supplement*” atau “*feed additive*” dalam ransum ternak unggas khususnya. Bahan-bahan tanaman obat tersebut dapat berupa sediaan dalam bentuk tepung (*simplisia*) atau sediaan yang diminum (per-oral). Secara umum manfaat penggunaan tanaman obat bagi manusia dan hewan adalah untuk peningkatan daya

tahan tubuh (sebagai *imunomodulator*), pencegahan dan penyembuhan penyakit serta pemulihan penyakit (Zainuddin, 2006).

Pemanfaatan jamu pada ternak di Indonesia masih sangat terbatas. Beberapa tanaman berkhasiat yang sudah diteliti penggunaannya untuk ternak diantaranya adalah: lidah buaya atau *Aloe vera*, nimba dan mindi atau *Melia azadirachta* LINN dan *Azadirachta indica* JUSS, mengkudu atau *Bancudus latifolia* Rumph, temulawak atau *Curcuma xanthorrhiza* Roxb, kunyit atau *turmeric*, bawang putih, jinten atau *black cumin* (Sinurat, 2009)

Pemanfaatan tanaman obat untuk tujuan pencegahan dan pengobatan parasit pada manusia telah lama dikenal, tapi belum banyak dilakukan pada ternak. Jenis tanaman obat yang berpotensi sebagai alternatif koksidiostat pada ayam, antara lain sambiloto (*Andrographis paniculata*) (Cahyaningsih & Satyaningtyas, 2006) dan jahe merah (*Zingiber officinale*) (Iskandar, 2007). Hasil penelitian Sumardi (2007) menunjukkan bahwa perlakuan campuran antara temulawak (*Curcuma xanthorrhiza* Roxb), temu ireng (*Curcuma aeruginosa* Roxb), dan buah mojo (*Aegle marmelos*) pada ternak unggas dapat meningkatkan produktivitas dan mencegah ternak terserang virus flu burung. Temu-temuan yang digunakan dalam formula tersebut berfungsi meningkatkan nafsu makan dan imunitas (daya tahan tubuh), mempercepat pertumbuhan badan, serta mengefisienkan pakan (Haryo, 2006).

2.4 Distribusi

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (*utility*) waktu, tempat, dan pengalihan hak milik (Susilo & Tri, 2015). Bagi perusahaan, penggunaan saluran distribusi adalah untuk meningkatkan efisiensi distribusi produk-produk perusahaan. Adanya saluran distribusi, maka transaksi bisnis yang terjadi antara produsen dengan konsumen dapat diatasi dengan lancar (Nurani & Wuryanto, 2014).

Menurut Swastha (2008), saluran distribusi untuk barang adalah yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari tangan produsen ke tangan konsumen. Menurut Kotler (2005), dijelaskan bahwa saluran distribusi adalah himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa selama berpindah dari produsen ke konsumen.

Saluran distribusi merupakan suatu struktur organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas distributor, dealer, pedagang, dan distributor perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Distribusi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari rantai pasok suatu produk. Peran distribusi menentukan bagi tersampainya sebuah produk sampai ke tangan konsumen (Prasetyo, 2008).

2.5 Pasar dan Pemasaran

Pasar merupakan himpunan pembeli aktual maupun pembeli potensial dari suatu produk. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, maka pasar itu tidak harus berbentuk tempat fisik dan pasar dapat timbul disekitar sebuah produk jasa ataupun lainnya yang bernilai. Misal: pasar uang, pasar modal, dan pasar tenaga kerja (Lestari, 2008).

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Danupranata, 2003).

Pemasaran (*Marketing*) adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*). Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasaran ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju (Rachmawati, 2011).

Pemasaran lebih dipandang sebagai seni daripada ilmu, maka seorang ahli pemasaran tergantung pada lebih banyak pada ketrampilan pertimbangan dalam membuat kebijakan daripada berorientasi pada ilmu tertentu. Pandangan ahli ekonomi terhadap pemasaran adalah dalam menciptakan waktu, tempat dimana produk diperlukan atau diinginkan lalu menyerahkan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (konsep konsumen) (Rachmawati, 2011).

2.6 Saluran Pemasaran

Menurut Kotler (2005), untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran. Saluran komunikasi digunakan untuk memberikan dan menerima pesan dari pembeli sasaran, yang mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, telepon, papan iklan, poster dan internet. Pemasaran juga menggunakan saluran distribusi untuk memamerkan atau menyerahkan produk fisik atau jasa kepada pembeli atau pengguna. Pemasaran menggunakan saluran jasa untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli. Saluran jasa mencakup pergudangan perusahaan, transportasi, bank, dan perusahaan asuransi yang memudahkan transaksi.

Saluran pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen melalui lembaga pemasaran. Peran lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik barang yang dipasarkan. Fungsi saluran pemasaran yaitu melihat dan membandingkan tingkat harga di masing-masing lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran itu sendiri adalah

pedagang yang ikut menyampaikan barang dan jasa produsen ke konsumen melalui saluran pemasaran tertentu (Prasetyo, 2008).

2.7 Segmen Pasar

Menurut Tim Mitra Bestari (2003), perusahaan harus mengevaluasi berbagai segmen dan memutuskan berapa banyak dan yang mana akan dijadikan sasaran. Dalam mengevaluasi segmen pasar yang berbeda sebuah perusahaan harus memperhatikan tiga faktor, yaitu:

- a. Ukuran dan pertumbuhan segmen, mula-mula perusahaan mengumpulkan data dan menganalisa data mengenai tingkat penjualan saat ini, tingkat pertumbuhan dan kemampuan memperoleh laba yang diharapkan berbagai segmen. Perusahaan akan tertarik pada segmen yang mempunyai ukuran dan karakteristik pertumbuhan yang tepat dan ini merupakan hal yang relatif.
- b. Daya tarik struktural segmen, perusahaan harus meneliti beberapa faktor struktural utama yang mempengaruhi daya tarik segmen dalam jangka panjang.
- c. Sasaran dan sumber daya perusahaan, bila suatu segmen cocok dengan sasaran perusahaan selanjutnya perusahaan harus memastikan apakah mempunyai ketrampilan dan sumber daya yang dibutuhkan untuk sukses dalam segmen tadi. Perusahaan dituntut mempunyai ketrampilan dan sumber daya yang lebih baik daripada pesaingnya.